

A PRODUÇÃO DE UM CONCEITO DE EDUCAÇÃO NAS PROPAGANDAS ESCOLARES

Sylvio Pecoraro Junior

Psicólogo, mestrando em Psicologia pela Universidade Federal Fluminense, pesquisador do grupo de pesquisa Psicologia e Mídia da Universidade Católica de Petrópolis. – sylvio_pecoraro@hotmail.com

Cristiane Moreira da Silva

Doutora em Psicologia, coordenadora do grupo de Pesquisa Psicologia e Mídia, professora da Universidade Católica de Petrópolis. – cristianemoreirapsi@hotmail.com

Resumo: A pesquisa que ora se apresenta tem por objetivo verificar o conceito de educação disseminado nas propagandas das escolas particulares que trabalham com pré-vestibular na cidade de Petrópolis - RJ. Para tanto uma breve revisão sobre a história da educação foi realizada com o intuito de compreender as transformações ocorridas nesse campo durante os séculos. O aporte teórico que orientou essa pesquisa diz respeito ao conceito de produção de subjetividade e a teoria ator-rede de Bruno Latour (2012), nesse sentido as propagandas foram acompanhadas como atores com agência nessa complexa rede de relações entre humanos e não humanos. As escolas selecionadas foram o CEMB, MV1, Pensi e pH. Através de uma pesquisa de campo, todas as propagandas veiculadas nas páginas do Facebook dessas escolas entre os dias 29 de maio de 2015 e 29 de maio de 2016, foram selecionadas para a análise. A técnica utilizada se constitui na análise de conteúdo de Bardin (1977). As categorias revelaram que o conceito de educação disseminado nas propagandas dessas escolas dizem respeito à uma educação que valoriza o acesso à universidade, com o objetivo de conseguir bons empregos e melhores salários, uma educação voltada para o mercado de trabalho. Em menor escala se manifestaram categorias que tangem a uma educação que ultrapassa a maneira tradicional de ensinar. A pesquisa se justifica pelo imenso número de propagandas de escolas particulares que circulam nas páginas do Facebook dessas instituições. Essa pesquisa lança luz para discutir o conceito de educação formulado por essas escolas.

Palavras-chave: produção de subjetividade; propagandas de escolas; educação.

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem início com uma propaganda de reforço escolar particular encontrada em cima do balcão da secretaria de uma escola municipal em Petrópolis-RJ: “Está sem tempo para acompanhar a vida escolar de seu filho ou não consegue mais ajuda-lo? Não se preocupe, o Cria Educacional assume essa responsabilidade para você”. O interesse naquele convite direcionou o olhar para as diversas propagandas de escolas particulares da cidade veiculadas em *outdoors*, ônibus e panfletos espalhados pelo centro urbano de Petrópolis. Afinal, o que ofertam instituições que vendem educação? Como definem o produto divulgado? De que maneira o conteúdo dessas propagandas pode produzir um determinado conceito de educação? Foram estes questionamentos que justificaram o desenvolvimento da pesquisa apresentada. Com vasto material para análise foram selecionadas as propagandas de escolas que tenham cursos preparatórios para vestibulares por estarem em maior número.

Antônio Joaquim Severino entende a educação perpassando três dimensões da existência do ser humano, em suas palavras educação deve ser entendida como:

[...] prática simultaneamente técnica e política, atravessada por uma intencionalidade teórica, fecundada pela significação simbólica, mediando a integração dos sujeitos educandos nesse tríplice universo das mediações existenciais: no universo do trabalho, da produção material, das relações econômicas; no universo das mediações institucionais da vida social, lugar das relações políticas, esfera do poder; no universo da cultura simbólica, lugar da experiência da identidade subjetiva, esfera das relações intencionais (SEVERINO, 2000, p.70).

As propagandas analisadas valorizam o universo do trabalho, pois é nesse contexto que a produção material e os ganhos financeiros ocorrem, desenvolvendo práticas de formação técnica que negligenciam a dimensão política e relacional da escola enquanto instituição formativa, conseqüentemente produzindo um conceito de educação como prática de preparo para o mercado de trabalho.

METODOLOGIA

Foram selecionadas as escolas particulares que oferecem cursos pré-vestibulares na cidade de Petrópolis- RJ e que utilizem o *Facebook* como meio de divulgação sendo estas: Centro Educacional Maurício Barroso (CEMB), Rede MV1, Pensi, pH.

Todo conteúdo publicado nas páginas do *Facebook* dessas escolas entre o período de 29 de maio de 2015 e 29 de maio de 2016, foram registrados. No total foram 776, sendo 387 propagandas da escola Pensi, 186 do pH, 50 do CEMB, e 153 do MV1.

A técnica escolhida para tratamento dos dados foi a análise de conteúdo de Laurence Bardin, mais precisamente a análise de conteúdo categorial que a define como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. [...] Esta abordagem tem por finalidade efetuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens tomadas em consideração (o emissor e seu contexto, ou eventualmente, os efeitos dessas mensagens) (BARDIN, 1977, p.42).

Em seu livro intitulado análise de conteúdo, Bardin (1977) define três etapas que devem ser seguidas na análise de conteúdo, são elas: a pré-análise; a exploração do material; e o tratamento dos resultados. Essas três etapas foram respeitadas conforme as orientações da própria autora.

Tendo em vista o espaço destinado para a apresentação dessa pesquisa as categorias que aqui serão apresentadas são as categorias finais da análise de conteúdo das propagandas de cada escola.

Paralelo a análise de conteúdo, a teoria ator-rede de Bruno Latour (2012) serviu de aporte teórico para compreender as propagandas divulgadas por essas escolas já citadas, tal teoria possibilitou rastrear as propagandas como atores, acompanhar seus movimentos e compreender de que maneira elas acabam por produzir subjetividades. Nas palavras de Latour:

[...] seguir os atores nesse caso é segui-los em seu entrelaçamento com as coisas, pois, sim as coisas também agem, elas podem autorizar, permitir, proporcionar, encorajar, sugerir, influenciar, bloquear, dificultar etc. (LATOURE, 2012, p. 14)

Não são somente os humanos que podem agir, autorizar, permitir, produzir subjetividades. Os não humanos também possuem esse poder e a Teoria Ator-Rede nos convida a observar que eles, os não humanos, também agem no mundo (LATOURE, 2012, P. 12). No caso desta pesquisa os atores são as propagandas, as redes sociais, a própria escola, dentre outros agentes que se relacionam conosco em uma rede de infinitas possibilidades.

DOS MOSTEIROS ÀS FÁBRICAS: UM PEQUENO PASSEIO PELA HISTÓRIA DA EDUCAÇÃO NO MUNDO.

Acompanhando Mário Manacorda (1992) observamos que os primeiros registros históricos sobre a educação nos apresentam instruções morais e comportamentais que eram restritas às classes dominantes do antigo Egito. Havia um motivo para esses ensinamentos serem privilégios dos mais favorecidos, eles preparavam o sujeito para a vida política na cidade. Para os pobres sobrava o trabalho braçal.

Outros importantes registros da história da educação são encontrados na Grécia Antiga semelhantes aos encontrados na educação do antigo Egito: haviam escolas para as classes que governavam com o intuito de preparar essas pessoas para a vida política; para os produtores que eram subordinados ao governo não existiam escolas, mas sim treinamentos específicos ligados às suas funções trabalhistas; e para as classes mais pobres e excluídas não havia nenhum tipo de treinamento, escola ou educação (MANACORDA, 1992, p.41).

Ainda que a educação na Grécia Antiga tenha muitas similaridades com a educação do Antigo Egito, é nela que muitas mudanças começaram a acontecer. É na Grécia que: “Nasce a pedagogia como saber autônomo, sistemático, rigoroso; nasce o pensamento da educação como *episteme*, e não mais como *éthos* e como *práxis* apenas” (CAMBI, 1999, p.87). O povo grego paulatinamente é introduzido na educação, inicialmente através da educação esportiva que em outrora era a educação guerreira, e mais tarde na educação intelectual através da escrita.

A maior contribuição da Roma Antiga para a educação foi o nascimento de uma “consciência crítica sobre a escola e a educação” (MANACORDA, 1992, p. 94). O seguinte comentário de um personagem de uma obra literária chamada Satíricon do autor Petronio ilustra bem as críticas sofridas pelas escolas de Roma: “Para mim, acho que as crianças nas escolas

tornam-se totalmente cretinas, porque não estudam nenhuma das coisas que praticamos na vida” (PETRÔNIO (sem data) apud MANACORDA, 1992, p. 33).

Na Idade Média um novo tipo de escola entra em cena: as escolas cristãs. Essas escolas possibilitavam o acesso das classes mais populares a instrução, contudo a educação provinda da igreja católica tinha como um de seus objetivos institucionalizar os sujeitos, pois “todos devem ser, se não cultos, pelo menos aculturados, através de um processo que hoje chamaríamos institucionalizado [...]” (MANACORDA, 1992, p.115). Movimentos da reforma protestante buscaram educar o povo para que não dependessem do clero para interpretar as sagradas escrituras, assim como valorizavam uma forma de educar que também fosse produtiva para a sociedade (MANACORDA, 1992, p. 194).

Outro marco histórico que influenciou a educação foi a revolução industrial. Com a migração da população que saiu do campo para as cidades, observamos uma demanda por mão de obra mais especializada. A chegada das máquinas e dos novos meios de produção demandaram um ensino técnico especializado e a partir de então escolas de engenharia começam a surgir. As escolas infantis também se originam paralelamente a construção das fábricas. O pioneiro na construção de escolas infantis foi Robert Owen que construiu uma escola infantil ao lado de sua fábrica para que os filhos de seus operários pudessem frequentá-la (MANACORDA, 1992, p. 280).

A história da educação no Brasil não se diferencia em grande escala da história da educação no mundo, muitos aspectos encontrados nos parágrafos anteriores se repetem na história brasileira:

A história mostra que a educação escolar no Brasil nunca foi considerada como prioridade nacional: ela serviu apenas a uma determinada camada social, em detrimento das outras camadas da sociedade que permaneceram iletradas e sem acesso à escola. Mesmo com a evolução histórico-econômica do país [...]; mesmo tendo, ao longo de cinco séculos de história, passado de uma economia agrária-comercial-exportadora para uma economia baseada na industrialização e no desenvolvimento tecnológico; mesmo com as oscilações políticas e revoluções por que passou, o Brasil não priorizou a educação em seus investimentos político-sociais e a estrutura educacional permaneceu substancialmente inalterada até nossos dias, continuando a agir como transmissora da ideologia das elites e atendendo de forma mais ou menos satisfatória apenas a uma pequena parcela da sociedade (RIBEIRO, 1990 *apud* RIBEIRO, 1993, p. 14).

Hoje encontramos um cenário no qual as universidades particulares crescem e as universidades públicas sofrem com o descaso do governo, culminando em greves generalizadas praticamente em todos os anos. O acesso às instituições públicas se torna cada vez mais difícil, a relação candidato/vaga para o curso de medicina na UERJ em 2015 foi de 92,86. Por conta disso, muitos cursos na modalidade pré-vestibular foram criados no intuito de oferecer melhor preparação para garantir a tão sonhada vaga.

A CORRIDA EDUCACIONAL: QUEM CONSEGUIRÁ SER O PRIMEIRO?

É fundamental colocar em análise dados do cotidiano para discutirmos as subjetividades produzidas na atualidade. Apostando nisso, a proposta desta pesquisa foi investigar como um determinado entendimento de educação é produzido com as propagandas das escolas particulares e verificar com que tipo de produção de subjetividades elas cooperam na tentativa de compreender qual conceito de educação tais páginas estão criando e divulgando.

Atualmente o *Facebook* está entre as mídias com maior impacto social. O site Global Media Insight¹ aponta que o Brasil é o terceiro país de todo o mundo com maiores registros de usuário dessa rede social, nosso país fica atrás apenas dos Estados Unidos da América, país de origem do *Facebook*, e da Índia. Em uma palestra no Campus Party 2016, principal evento nacional que reúne diversas empresas dos mais variados ramos da tecnologia, Ime Archibong, um dos diretores do *Facebook*, informou que no Brasil 99 milhões de pessoas acessam mensalmente a rede social e que a cada 10 brasileiros que acessam a internet, 8 deles estão conectados ao *Facebook*. Segundo uma pesquisa feita pela comScore² o Brasil é o país que mais tempo passa navegando nas redes sociais, o brasileiro permanece 60% a mais se comparado a média mundial sendo que 1,48 bilhões de pessoas possuem uma conta registrada no *Facebook*³, isso demonstra a magnitude que a rede social alcançou.

Todas as postagens veiculadas nas páginas do *Facebook* das escolas Pensi, pH, CEMB e MV1, entre os dias 29 de maio de 2015 e 29 de maio de 2016, foram selecionadas para a análise, pois entendemos que o objetivo final de tais postagens é o de tornar a escola conhecida

¹ Dados disponíveis em: <http://www.globalmediainsight.com/blog/facebook-users-statistics/>

² Dados disponíveis em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2015/2015-Brazil-Digital-Future-in-Focus>

³ Dados disponíveis em: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/01/facebook-revela-dados-do-brasil-na-cpbr9-e-whatsapp-vira-zapzap.html>

pelo maior número possível de pessoas, e de vender os serviços oferecidos por ela. No total o montante de material para análise foi de 776, sendo 387 propagandas da escola Pensi, 186 do pH, 50 do CEMB, e 153 do MV1.

A concentração das propagandas da escola Pensi diz respeito ao acesso à universidade. Apesar de ser uma escola que contempla educação infantil, ensino fundamental, ensino médio e pré-vestibular, a escola produz mais conteúdo voltado ao acesso à universidade. Dentro dessa categoria final encontramos propagandas que dizem que a escola é a melhor do Rio, divulgação do número de alunos do Pensi que conseguiram vagas em universidades, divulgação dos nomes dos alunos que alcançaram as primeiras colocações nos vestibulares mais concorridos do país.

Em seguida aparece a categoria estreitamento da relação escola/aluno, dentro dessa categoria encontramos postagens bem-humoradas em forma de piadas, *memes* e charadas que buscam de alguma forma aproximar a escola do aluno, pois esses recursos fazem parte do cotidiano do público mais jovem em seus perfis no *Facebook*. No caso do Pensi, em muitas ocasiões, essas piadas, *memes* e charadas se relacionam com conteúdos escolares voltados aos alunos do pré-vestibular.

Informações e curiosidades é a terceira categoria final com maior frequência de postagens na página do Pensi. Nessa categoria é possível observar propagandas sobre datas especiais, dicas para os alunos, curiosidades, e informações sobre os mais variados tipos de assuntos, que vão desde um código secreto nos filmes da Disney e da Pixar, até o lançamento de um satélite feito pelo Brasil.

A penúltima categoria diz respeito a maneiras de educar que não se limitam a configuração padrão de uma sala de aula, com o professor explicando a matéria enquanto os alunos sentados em carteiras enfileiradas escutam sua exposição atentamente. Dentro dessa categoria final chamada formas de educar que ultrapassam o tradicional, encontram-se propagandas que dizem respeito ao esporte, às atividades escolares que utilizam de jogos e brincadeiras para educar as crianças.

Pensi na mídia é a última categoria. Dentro dessa categoria engloba-se coordenadores e professores que vão nas mídias falar sobre novas unidades da escola, sobre suas próprias carreiras e dar dicas de estudos. Parece que a escola utiliza do espaço midiático para divulgar seus serviços e marcar posição dentro do mercado.

A esmagadora maioria das propagandas veiculadas na página do *Facebook* da escola pH dizem respeito ao acesso à universidade. As que se destacaram foram vídeos divulgados pela escola nos quais alunos de séries anteriores faziam uma espécie de corredor para aplaudir os estudantes que fariam a prova do ENEM no dia seguinte. Outra foi um evento realizado pela escola chamado palestra da vitória, na edição de 2015 os palestrantes foram os apresentadores William Bonner e Fátima Bernardes, mais do que discutir educação, a palestra tem o objetivo de motivar os alunos que prestarão vestibulares. As duas propagandas demonstram a importância que a escola e os estudantes atribuem ao vestibular, outro dado que corrobora essa observação é que das 186 propagandas postadas pela escola, 151 (69%) falam sobre aspectos relativos ao vestibular.

Em segundo lugar aparecem as propagandas voltadas à informações gerais e curiosidades, como datas comemorativas, informações sobre a própria escola, e informações sobre saúde, principalmente sobre o zika vírus, que era uma preocupação crescente na época da divulgação da propaganda da escola sobre esse assunto.

As formas de educar que ultrapassam o tradicional é a última categoria em termos de frequência de propagandas divulgadas pela escola em sua página no *Facebook*. Dentro dessa categoria final há propagandas sobre patrocínio que a escola oferece para um time de rugby da cidade de Niterói (RJ), divulgações sobre torneios esportivos da escola, simulações que os alunos fazem de assembleias da Organização das Nações Unidas para discutir determinado tema, visita a museus, palestras sobre diversos temas que fazem parte do contexto do aluno. Apesar de movimentos interessantes que buscam completar de alguma maneira a educação tradicional e conteudista oferecida pela escola, tais movimentos são de pouca expressão, ou pelo menos a escola entende que não possuem apelo mercadológico, pois apenas 26 propagandas (12%) de tudo o que a escola produz em sua página no *Facebook* diz respeito a esse tema.

Na análise de conteúdo da escola MV1 a divulgação de informações e curiosidades aparecem em primeiro lugar; datas comemorativas, dicas de estudo, informações sobre saúde, e curiosidades em geral são as propagandas que mais aparecem na página do *Facebook* da instituição.

Logo em seguida, com apenas 2% de diferença, as propagandas mais divulgadas são as que dizem respeito ao acesso à universidade. Dicas de como maximizar o desempenho do

cérebro para se beneficiar nos estudos, e um projeto da escola para os alunos garantirem as primeiras colocações nos vestibulares, foram categoriais que se destacaram.

Formas de educar que ultrapassam a maneira tradicional aparece como a terceira categoria com maior número de propagandas. Aqui essa categoria ganha mais destaque do que nas escolas anteriores, a frequência com que aparece é maior. Há um grupo de dança da própria escola que é bastante divulgado, assim como as equipes de vôlei, jiu-jitsu, e as olimpíadas internas da escola. Apresentações de teatro, filmes, campanhas de arrecadação de chocolates para crianças carentes, festas solidárias produzidas pelos próprios alunos da escola para crianças com necessidades especiais que são atendidas em uma instituição, também se destacam como maneiras de fazer educação no MV1.

Em quarto lugar se revela a tentativa da escola de se aproximar dos seguidores de sua página no *Facebook*, o que acontece, principalmente, quando a escola posta frases reflexivas sobre a vida, ou quando ela usa *memes*, com menor frequência, para falar sobre um tema específico.

Uma nova categoria se apresenta na última colocação. Há uma tentativa da escola de aproximar das famílias dos alunos e dos próprios alunos. Isso acontece quando a escola organiza um passeio com os alunos, mas que não se restringe à participação dos mesmos, a escola convida os familiares desses alunos a participarem do passeio. Assim a instituição busca aproximar as famílias dos alunos uma das outras e trazê-las para dentro do espaço escolar. Fotos de alunos beijando uma professora também fizeram parte de uma propaganda, valorizando essa relação que é tão importante para a vida escolar das pessoas. Apesar de ser uma categoria que não aparece nas outras escolas, o MV1 pouco discute essa relação entre família, aluno, escola e professor, apenas duas propagandas sobre isso existem em sua página.

Formas de educar que ultrapassam o tradicional são as propagandas mais divulgadas pelo CEMB em sua página do *Facebook*. Dentro dessa categoria se destacam visitas a museus, arrecadação de alimentos, olimpíadas da escola, e o sarau produzido pela instituição. Na página da escola é possível encontrar muitas fotos dos alunos que fazem parte do dia a dia da escola, os administradores da página colocaram uma foto de vários alunos reunidos nas olimpíadas da escola como foto de capa da página no *Facebook*, tal fato é bastante significativo, pois as escolas anteriores costumam colocar o próprio logotipo, o número de alunos aprovados no

vestibular que são daquela escola naquele ano, e até mesmo divulgar uma nova turma de pré-vestibular.

Em seguida aparece o acesso à universidade como segunda categoria final que mais se destaca nas propagandas da escola. Para além da categorização, em visita à instituição foi possível observar um quadro imenso que ficava na secretaria da escola com o nome dos alunos que haviam sido aprovados nos vestibulares das universidades. Embaixo do nome do aluno havia o nome da universidade, que se destacava mais do que o nome do próprio aluno. Esse quadro revela a importância que a escola concede ao objetivo de ser aprovado no vestibular.

Informações e curiosidade é a categoria final que aparece em seguida. Comemoração de datas especiais, curiosidades e informações diversas fazem parte dessa categoria.

O estreitamento da relação aluno e professor também se manifesta no CEMB, assim como apareceu como categoria no MV1. A escola divulga fotos dos professores comemorando seus aniversários dentro da sala de aula com uma festa que os alunos prepararam para ele. A escola demonstra valorizar essa relação, mas em comparação com outros tipos de propagandas essa categoria ainda é frágil.

A menor frequência de propagandas é sobre o estreitamento da relação escola e aluno. Essa categoria engloba o uso de *memes* e de frases de reflexão, contudo esse tipo de conteúdo pouco aparece na página do *Facebook* da escola.

As categoriais finais das escolas analisadas revelaram que o conceito de educação disseminado por elas diz respeito a uma educação que possibilita o acesso à universidade, e que consequentemente oferece mais chances de melhores empregos, com melhores salários, pois, de acordo com o discurso das propagandas, essas pessoas serão mais qualificadas para melhor produzirem para a sociedade. Em menor escala alguns movimentos por uma educação que ultrapassa a maneira tradicional de ensinar e que buscam valorizar outros campos do universo do estudante são encontrados nessas escolas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sobre a história da educação no mundo observamos que durante todas as épocas a educação para preparar mão de obra qualificada para o mercado de trabalho era uma das principais preocupações da sociedade, tal fato se intensificou durante a revolução industrial e

parece que essa característica é conservada ainda hoje. Não encontramos um equilíbrio no tríplice universo do estudante, valorizamos a educação para o trabalho, mas as escolas quase não trabalham para fortalecer uma educação que leve em conta o universo cultural do sujeito, que se atente para as relações que ele pode estabelecer dentro da sala de aula, que busque desenvolver o pensamento crítico dos alunos, que se preocupe em prepara-los para viver em sociedade.

As propagandas das escolas analisadas apontam para essa direção, os atores envolvidos nessa rede parecem produzir subjetividades que dizem respeito à uma educação técnica, produtiva e voltada para o mercado. As categorias finais analisadas revelaram esse caminho. Por outro lado, o público que segue essas páginas também apresenta maior interesse nesse tipo de educação, curtem mais as postagens que se direcionam para o acesso à universidade e ao pré-vestibular, interagem mais com essas temáticas do que com as outras.

As propagandas estão produzindo um determinado conceito de educação e interferindo em subjetividades que buscam uma educação massificada, técnica e direcionada à aprovação em vestibulares, sendo este o critério para escolher uma instituição de ensino. Os conteúdos destacados afirmaram ter um bom emprego, ser o número 1, ter uma carreira de sucesso como finalidade da formação escolar. Negligenciam outros aspectos importantes na construção do sujeito e da sociedade, como o campo das relações sociais e da cultura. Cooperam para modos de ser e existir que colocam o sucesso financeiro em primeiro lugar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Livraria Martins Fontes, 1977.

CAMBI, Franco. *História da Pedagogia*. Tradução de Álvaro Lorencini. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1999.

COMSCORE. 2015 Brazil Digital Future in Focus. Disponível em: <<https://www.comscore.com/por/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2015/2015-Brazil-Digital-Future-in-Focus>>. Acesso em: 03 set. 2016.

GLOBAL MEDIA INSIGHT. Facebook Users Statistics 2016. Disponível em: <<http://www.globalmediainsight.com/blog/facebook-users-statistics/>>. Acesso em: 03 set. 2016.

_____. Facebook revela dados do Brasil na CPBR9 e WhatsApp 'vira ZapZap'. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/01/facebook-revela-dados-do-brasil-na-cpbr9-e-whatsapp-vira-zapzap.html>>. Acesso em: 01 nov. 2016

LATOURE, Bruno. *Reagregando o social: uma introdução à teoria ator rede*. Tradução de Gilson Cesar Cardoso de Sousa. Salvador: EDUFBA-EDUSC, 2012.

MANACORDA, Mario Alighiero. *História da educação: da antiguidade aos nossos dias*. Tradução de Gaetano Lo Monaco. 3. ed. São Paulo: Cortez Autores Associados, 1992.

RIBEIRO, Paulo Rennes Marçal. História da educação escolar no Brasil: notas para uma reflexão. *Paidéia*, Ribeirão Preto, ano 2, n. 4, p. 15-30, jul. 1993. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/paideia/n4/03.pdf>>. Acesso em: 06 set. 2016.

SEVERINO, Antônio J. Educação, trabalho e cidadania: a educação brasileira e o desafio da formação humana no atual cenário histórico. *São Paulo Perspec*, São Paulo, vol. 14, n.2, p.65-71, jun. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/spp/v14n2/9790.pdf>> Acesso em: 06 maio 2016.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Quadro comparativo da relação candidato/vaga 2015. Disponível em: <http://www.vestibular.uerj.br/portal_vestibular_uerj/arquivos/arquivos2016/ed_2016/Manual_2fase_2016_cand_vaga.pdf>. Acesso em: 02 out. 2016.